

„MÉRLEG ÉS KIHÍVÁSOK” XI. NEMZETKÖZI TUDOMÁNYOS KONFERENCIA**MELY ÉRDEKELTEK IGÉNYEIRE KONCENTRÁLNAK A MAGYAR
TÁRSADALMI VÁLLALKOZÁSOK?
WHICH STAKEHOLDERS' NEEDS ARE IN THE FOCUS OF HUNGARIAN
SOCIAL ENTERPRISES?****Bartha Zoltán¹-Bereczk Ádám²**¹PhD, tanszékvezető egyetemi docens, Miskolci Egyetem GazdaságtudományiKar, bartha.zoltan@ekon.me²Egyetemi tanársegéd, Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar,bereczk.adam@uni-miskolc.hu**ÖSSZEFOGLALÁS**

A társadalmi vállalkozások egyik kulcsfontosságú hozzájárulása abban ragadható meg, hogy olyan új megoldásokat vezetnek be, amelyek mérséklik a társadalmi egyenlőtlenségeket. Amint arra rámutatunk, ez a funkció nemcsak a társadalmi harmónia, hanem a tartós fejlődés szempontjából is kiemelt jelentőségű. Kérdés ugyanakkor, hogy milyen motívumok motiválják az újítások bevezetésére a társadalmi vállalkozásokat: elsősorban a társadalmi igényekből indulnak ki, vagy más szereplők hatása az erőteljesebb. Tanulmányunkban egy 2017-es, 220 társadalmi vállalkozás megkérdezésén alapuló vizsgálat adataira támaszkodva bemutatjuk, hogy elsősorban mely területeken látnak ezen vállalkozások vezetői kitörési lehetőségeket. Ebből arra tudunk következtetni, hogy megújulási stratégiájuk, ötleteik átgondolása során milyen irányokba keresik a kitörést. Elemzésünk alapján megállapítható, hogy a különböző szervezeti formában működő vállalkozások nemcsak vállalásaikban térnek el, hanem a lehetőségeiket is más tényezőkben látják, mely főként a forráselosztásért felelős érintettek felé való viszonyulásukban mutatkozik meg.

SUMMARY

One of the main contributions of social enterprises to the common good lies in their ability to introduce new solutions that can mitigate social inequalities. As we point out, this function is crucial not only for social harmony, but also for long-term development. However, it's still unclear what the main motivating factors are behind innovation implementation: the needs of the society, or the influence of other stakeholders. In this study, we uncover the areas that are considered as breakout opportunities by the managers of social enterprises based on a 2017 survey conducted among the managers of 220 Hungarian social enterprises. Their answers reveal the directions of typical renewal strategies that social enterprises seem to follow in order to achieve growth and financial stability. Our analysis reveals that enterprises of different organization forms differ in their impact, as well as in the outside possibilities they embrace as a priority, which is manifested in their different attitudes toward stakeholders in financial supporting roles.

1. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

Az elmúlt két évtized legnagyobb hatású gazdaságtörténeti művei arra hívták fel a figyelmet, hogy a nyugati világ jólétnövekedésének alapja a polgárok jogaik, kötelességeik és lehetőségeik szerinti egyenlősége, az erre épülő politikai pluralizmus, és az ebből fakadó befogadó gazdasági intézményrendszer (North et al., 2009; Acemoglu – Robinson, 2012; McCloskey, 2016). Ugyancsak az elmúlt évtizedek megfigyelése az, hogy a nyugati társadalmakban a jövedelmi-vagyoni egyenlőtlenségek növekedőben vannak (Piketty, 2014), a mediánjövedelem hanyatlik, vagy legalábbis stagnál (McAfee – Brynjolfsson, 2014). Nolan és társai (2018) számításai rámutatnak arra, hogy a sok országban, így hazánkban is elvált egymástól az egy főre eső reál GDP és a háztartások

átlagos mediánjövedelem alakulása. 1979 és 2014 között az USA egy főre eső GDP-je majdnem 80%-al bővült, miközben a háztartások mediánjövedelme csak 15%-al. Ebben az időszakban a KSH adatai szerint Magyarországon az egy főre eső reál GDP éves növekedési üteme 1% alatt volt, míg Nolanék számítása szerint a háztartások mediánjövedelmének változása ettől több mint 2%-al elmaradt, vagyis csökkent (Nolan és társai, 2018). A World Inequality Report (2017) legfrissebb számításai szerint Európán belül 33%-ról 37%-ra emelkedett a legfelső decilis jövedelemből való részesedése 1980 és 2016 között (bár ezzel az értékkel még mindig messze Európában a legkedvezőbb a helyzet, hiszen a 2016-os arány Kínában 41%, Észak-Amerikában 47%, míg Indiában 55%).

A jövedelmi szétszakadás a lehetőségek egyenlőségére épülő társadalom felbomlásával fenyeget, ez viszont a hosszú távú fejlődést veszélyezteti. A társadalmi innováció azt ígéri, hogy félig piaci alapon olyan megoldásokat vet fel, amelyek a jövedelmi egyenlőtlenségeket csökkentik, és ilyen módon alapvetően hozzájárulhat a növekedéshez. A társadalmi innováció megvalósítói között a legnagyobb szerep a társadalmi vállalkozásoknak jut, ezért tanulmányunkban azt vizsgáljuk meg, hogy melyek a hazai társadalmi vállalkozások sikertényezői.

Tanulmányunk először ismerteti a társadalmi innováció és a társadalmi vállalkozások összefüggéseit, rámutat a társadalmi vállalkozások jelentőségére. Ezt követően bemutatjuk a vizsgálatunk alapjául szolgáló adatbázist, és a vizsgálat módszereit, végül ismertetjük a társadalmi vállalkozások sikertényezőit, erősségeit és gyengeségeit.

1.1. A társadalmi innováció és a társadalmi vállalkozások jelentősége

A társadalmi innováció és a társadalmi vállalkozások megítélése egyáltalán nem egységes a szakirodalomban. Az OECD 2010-es szakmai anyagának melléklete kilenc társadalmi innováció definíciót sorol fel (214-215. o.), a társadalmi vállalkozásokra pedig huszonkilencet. Nagyon egyszerű, és ezért sok tekintetben szabadon értelmezhető definíciókkal, és egészen komplex meghatározásokkal egyaránt találkozhatunk. Mulgan és társai szerint a társadalmi innováció nem más, mint olyan új ötletek csoportja, amelyek addig nem teljesített társadalmi igényeket céloznak meg, és egyben működnek is (Mulgan et al., 2007).

Az összetettebb definíciók jellemzően ugyancsak kiemelik a közösségi jelleget (Lazányi, 2017). Westley és Antadze szerint a társadalmi innováció új termékek, folyamatok és programok bevezetésének olyan komplex folyamata, amely mélyen megváltoztatja annak a társadalmi rendszernek az alapvető rutinait, erőforrás és hatalmi útjait, valamint hiteit, amelyben az innováció lezajlik (Westley – Antadze, 2010). Az OECD LEED programja a gazdasági innovációval összevetve így határozta le a fogalmat 2011-ben: A társadalmi innováció különbözik a gazdasági innovációtól, mert nem egyszerűen új termelési módok bevezetésére, vagy új piacok kiaknázására törekszik, hanem azért születik, hogy olyan új igényeket szolgáljon ki, amelyeket a piac nem elégített ki (bár később a piac is közbeléphet), vagy a beilleszkedés új, a korábbinál kielégítőbb lehetőségét teremti meg azon keresztül, hogy szerepet juttat az embereknek a termelési folyamatban (idézi Nicholls – Simon – Gabriel, 2015, 3. o.). Nichollsék összefoglaló munkájukban végül e mellett állapodnak meg: Különböző szintű szándékos újítások, amelyek változást hoznak és a közjavak termelésében, elosztásában és fogyasztásában jelentkező szuboptimális megoldásokat célozzák, ahol közjószág alatt olyasmit értenek, ami meghatározott normatív és kultúrafüggő kontextusban értelmezett közösségi hasznot hajt (Nicholls – Simon – Gabriel, 2015). Kis-Orloczki a körforgásos gazdaság elveivel kombinálja a társadalmi innováció fogalmát (2019).

Saját definíciónk rögzítése előtt röviden vázoljuk az általunk alkalmazott vizsgálati keretet. Az ún. AJR-modell szerint (Acemoglu – Johnson – Robinson, 2004) a piaci verseny innovatív hatása és a

gazdasági verseny során fennálló egyenlőség akkor teljesül, hogy a politika ezeket erősítő szabályokat alkot; ennek viszont előfeltétele a magának a politikai rendszernek a plurális volta. Amennyiben ezek a feltételek adóttak, a hosszú távú fejlődés elvileg biztosított, ugyanakkor a piaci kudarcok, és a verseny eredményeként megjelenő jövedelmi egyenlőtlenségek torzulásokhoz vezetnek. Ezek a kudarcok az állami szerepvállalás növekedését váltják ki, de közismert módon az állam terjeszkedése a kormányzati kudarcok elszaporodásához vezet: a politikailag kevésbé aktív (pl. szegényebb) rétegek preferenciáinak figyelmen kívül hagyása, alacsony hatékonyság és felelőtlen döntések az információs aszimmetriák valamint a kollektív felelősség miatt. Ebből kifolyólag az állam ugyancsak kudarcot vall a jövedelmi egyenlőtlenségek csökkentésében, és ezért az esélyek egyenlősége, ami a tartós fejlődés záloga, nem érvényesülhet.

A társadalmi innováció elsődleges jelentősége a közösségen belüli jövedelmi-társadalmi leszakadás megakadályozásában rejlik. Igaz ugyan, hogy a társadalmi innováció teljesülését gyakran nem pénzbeli nyereségben mérjük (mert sokkal fontosabb az immateriális értékekben megjelenő társadalmi gyarapodás), a megvalósítása erőforrások lekötését és folyamatos felhasználását igényli, ezért az üzleti fenntarthatóság a hagyományos vállalatokéhoz hasonlóan itt is megjelenik. Így a társadalmi innováció során érvényesülhet a verseny szelekciós hatása (nem úgy, mint az állam működésében). Ezért a társadalmi innováció fogalmát mi az állami szférán kívül értelmezzük, ahol a verseny kényszeríti ki a jobb megoldások keresését. Értelmezésünkben tehát a társadalmi innováció nem más, mint részben vagy egészben újnak nevezhető piaci igények kiszolgálását szolgáló termék, szolgáltatás, eljárás vagy erőforrás-allokációs megoldás, ami közösségi-társadalmi haszon elérését célozza és üzleti fenntarthatósági, versenyszelekciós nyomás alatt áll.

1.2. A társadalmi innováció és a társadalmi vállalkozások kapcsolata

Társadalmi innovációs ötleteket több aktor is megvalósíthat. Elvileg nem kizárt, hogy üzleti vállalkozások hajtanak végre ilyen újításokat. A vállalatok társadalmi felelősségvállalása napjainkban sok példát hoz ilyen projektekre. Az állami bürokrácia szintén megvalósíthat társadalmi innovációkat (például állami vállalatokon keresztül). Az előbbi esetben viszont a végső cél mégis a profit, utóbbinál pedig a szavazat, ezért a közösségi hasznot célzó ötletek zöme nem ezektől a szereplőktől várható. Az ilyen, harmadikutas szereplők egyrészt a hagyományos vállalatokra hasonlítanak, mert saját bevételeikből kell fenntartsák magukat, másrészt az állami szférával is vannak közös elemeik, amennyiben közösségileg hasznosnak ítélt célokat jelölnek ki maguknak. Bár később még részletesen visszatérünk a kérdésre, ezeket a kettős elvárások alapján működő („double bottom line”) harmadikutas szereplőket az egyszerűség kedvéért társadalmi vállalkozásoknak nevezzük.

Miként lehet üzletileg is fenntartható, miként termelhet a kiadásait fedező bevételeket egy olyan ötlet, ami közösségi célt szolgál, de közben olyan más ötletekkel versenyez, amelyek vagy profitcélból születtek, tehát üzletileg hatékonyabbak, vagy közpénzből fenntartottak, tehát bevétel teremtetési nyomás nincs rajtuk? Az elméleti válasz az előző pontban leírtak alapján egyértelműen megfogalmazható, de azzal tisztában vagyunk, hogy a gyakorlati válasz megadása ennél sokkal nagyobb kihívást jelent. Az alábbi lehetőségek sorolhatók fel:

1. Olyan piacon tevékenykedik, ahol a magas tranzakciós költségek miatt a hagyományos üzleti modell hatékonysági problémákkal küzd (pl. szövetkezetek).
2. Olyan megoldásokat mutat fel, amit a közösség tagjai értékesnek tartanak, és ezért hajlandóak érte lényegesen többet fizetni, mint a hasonló piaci jellemzőkkel bíró versenytársakért (pl. biotermékek, helyi termékek, kézműves termékek univerzuma).

3. A személytelen állami bürokrácia hierarchiája helyett kisebb vállalkozási formában működnék, ezért sokkal erősebb az ösztönzés az eredmény elérésére, és a valós közösségi igények megragadására.
4. Valamilyen teljesítménymutató függvényében állami támogatásra is jogosultak lehetnek (pl. alapítványi oktatási intézmények).

A társadalmi innováció fő megvalósítóinak a társadalmi vállalkozásokat tekintjük, amelyek bizonyos esetekben a piaci, más esetekben az állami szereplőkkel versengenek a fennmaradásért. Működésüket valós közösségi igények támasztják alá, de sikerességüket erősen befolyásolja a szabályozói környezet is. Egy támogató szabályozói környezet és a releváns intézmények fejlődése elképzelhetetlen a szektor fejlődésének és napjainkban mutatott jogi/szervezeti struktúrájának mély megértése nélkül. A tanulmányunk 2. részében ehhez nyújtunk segítséget.

2. ANYAG ÉS MÓDSZER

Adatbázisunk forrását egy társadalmi vállalkozásokra vonatkozó országos alap kutatás adta, melyet a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karának kollégái végeztek 2017-ben (a kutatás vezetői G. Fekete Éva, illetve Kádárné Horváth Ágnes voltak). Ennek során a kutatók a hazai társadalmi vállalkozásokról gyűjtöttek adatokat és fogalmaztak meg következtetéseket számos kérdéskörben. A program részeként kérdőíves felmérés során értékes adatbázis jött létre a vállalkozásvezetők véleménye alapján a szervezetek sikertényezői, erősségei és gyengeségei vonatkozásában. A szóban forgó kérdőíves felmérést a szerzők a „PiacTárs – Kiemelt projekt a társadalmi vállalkozások ösztönzésére a fenntartható és versenyképes szociális gazdaság érdekében” elnevezésű kutatási program keretében, az OFA Országos Foglalkoztatási Közhasznú Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság megbízásából készítették. A kérdőíveket összesen 220 szervezet képviselője töltötte ki, melyek nagy része a jelen cikkben vizsgált négy jogi szervezeti forma valamelyikébe tartozik. Ennek megfelelően a jelen tanulmány alapját képező vizsgálatok során 46 nonprofit kft., 57 egyesület, 39 alapítvány és 59 szociális szövetkezet válaszait elemeztük.

Tanulmányunk célja, hogy a társadalmi vállalkozások vezetői által üzleti lehetőségként látott területeket azonosítsa, és rámutasson a különböző szervezeti formában működő vállalkozások között e területen megfigyelhető különbségekre. A lehetőségeket, potenciális sikertényezőket az alábbi kérdéssel mértük: „4.5. Milyen környezeti sajátosságot érzékel szervezete/vállalkozása lehetőségként?” A kérdőív összesen 15 lehetőség közül választást tett lehetővé; a vállalkozások vezetőit arra kértük, hogy azokat jelöljék meg, amelyeket a legfontosabbnak érzik vállalkozásuk szempontjából. Az elemzés során az egyes lehetőségek sorrendjét az említések számossága alapján állítottuk fel, és külön sorrendet számoltunk mind a négy vállalkozási típusra is. A könnyebb értelmezhetőség kedvéért csak azokra a lehetőségekre térünk ki, amelyeket a válaszadók legalább 10%-a megjelölt, mint fontosat a saját vállalkozása számára.

3. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

A fejezetben bemutatjuk a társadalmi vállalkozások lehetséges négy szervezeti típusának: a szociális szövetkezeteknek, a nonprofit Kft.-eknek, az egyesületeknek és az alapítványoknak a környezeti változásokkal kapcsolatos pozitív várakozásait, melyeket lehetőségként fogalmaztunk meg számukra, a fent ismertetettek szerint. Elemzésünk alapját az 1. táblázatban szereplő adatok adják.

1. táblázat: A társadalmi vállalkozások főbb lehetőségei jogi szervezeti forma szerinti bontásban

	Sz. szövet- kezet		Nonprofi t Kft.		Egyesület		Alapítvány		¹
Európai Unió támogatások növekedése	3.	13%	3.	17 %	14.	1%	3.	9%	9
A magánszemélyek- től érkező támogatások növekedése	1 4.	1%	11.	3%	2.	14%	10.	5%	12
A nonprofit szféra kedvezőbb társadalmi megítélése	9.	4%	2.	20 %	5.	7%	5.	8%	7
A nonprofit szféra kedvezőbb politikai megítélése	1 1.	3%	4.	16 %	6.	7%	5.	8%	7
Növekvő fizetőképes piaci kereslet a termék/ szolgáltatás iránt	2.	16%	13.	1%	4.	10%	6.	7%	11
Növekvő társadalmi szükséglet a termék/ szolgáltatás iránt	1.	26%	8.	3%	13.	1%	1.	17%	12
Az ország/régió/ helyi település jobb gazdasági helyzete	4.	8%	1.	21 %	1.	14%	8.	6%	7
Önkéntes munka mértékének növekedése	5.	7%	6.	6%	3.	10%	2.	13%	4

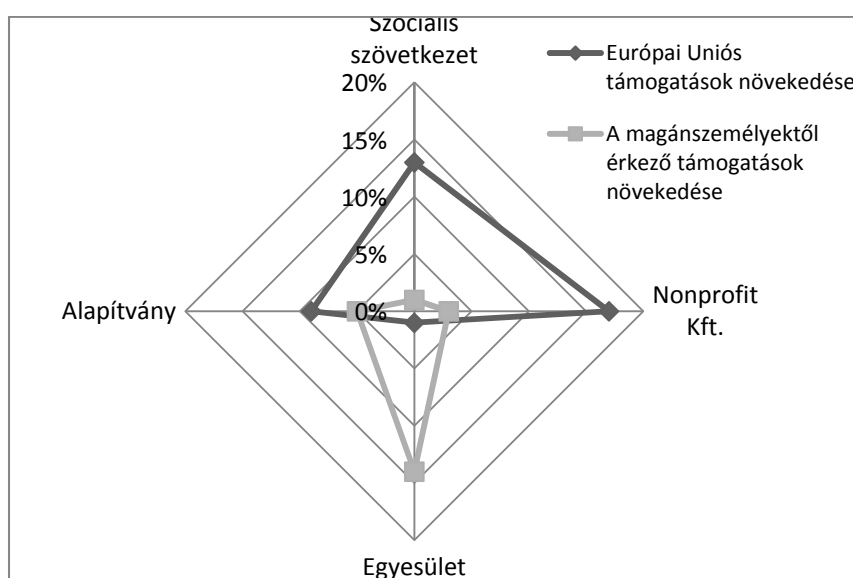
Adatok forrása: G. Fekete et al., 2017 adatgyűjtései

Az 1. táblázat mind a négy társadalmi vállalkozás típus esetén két oszlopot tartalmaz: az első oszlop azt mutatja, hogy az adott lehetőség az adott vállalkozástípusnál hányadik leggyakoribb említett tényező, a második oszlop pedig azt, hogy az adott vállalkozási típus vezetői közül milyen arányban jelölték meg az adott lehetőséget. Ezen túl az 1. táblázat legutolsó oszlopában feltüntettük, hogy az

¹Sorszámok szélső értékeinek különbsége

adott tényező megítélésében mekkora a maximális különbség az egyes szervezeti formák adatai között.

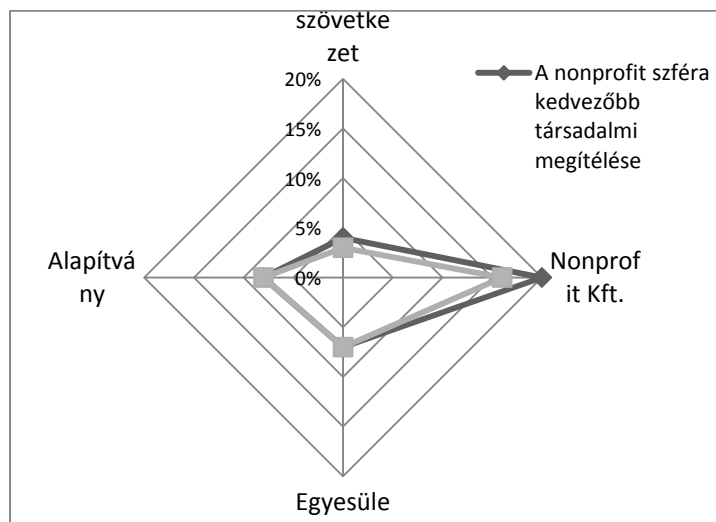
Az 1. ábra alapján lényeges különbség mutatkozik a társadalmi vállalkozások között a tekintetben, hogy az Európai Unió támogatások növekedésétől, vagy a magánszemélyek által juttatott támogatások növekedésétől remélnék inkább segítséget. A nonprofit Kft.-ék és szövetkezetek jelentős pozitív várakozásokat fűznek az Európai Unió források nyújtotta jövőbeli lehetőségekhez, ezzel szemben az alapítványok kisebb hányada (körülbelül 5%-a), az egyesületeknek pedig közel elhanyagolható aránya látja lehetséges pozitív hatásként az uniós szubvenciók bővülését. A kutatás eredményei azt is megmutatták, hogy azon jogi formáknál, ahol a közösségi források bővülésében kevesebben bíznak, ott a magántámogatások növekvő szerepére jobban számítanak, és fordítva. A szövetkezetek és nonprofit Kft.-ék példáin túl markánsan jelenik meg ez a „helyettesítő hatás” az egyesületeknél is, csak éppen fordított előjellel, a magántámogatások javára.



1. ábra: Az egyesületek és alapítványok piaci működésének sikeréhez fontos tényezők jelölési arányai

Forrás: G. Fekete et al., 2017 tanulmány adatgyűjtései

A fentiek alapján hangsúlyoznánk, hogy a társadalmi vállalkozások leginkább üzleti orientációjú típusai, a szociális szövetkezetek és a nonprofit Kft.-ék számottevő hányada lát lehetőséget az Európai Unió támogatások bővülésében. Ez az eredmény a társadalmi vállalkozások fejlesztése/ fejlődése szempontjából még komoly jelentőséggel bírhat, amennyiben ezen vállalkozások a saját pályázatlehimvási, projektmegvalósítási képességeiket is mérlegelték amikor a pályázati források bővülésére lehetőségként tekintettek.



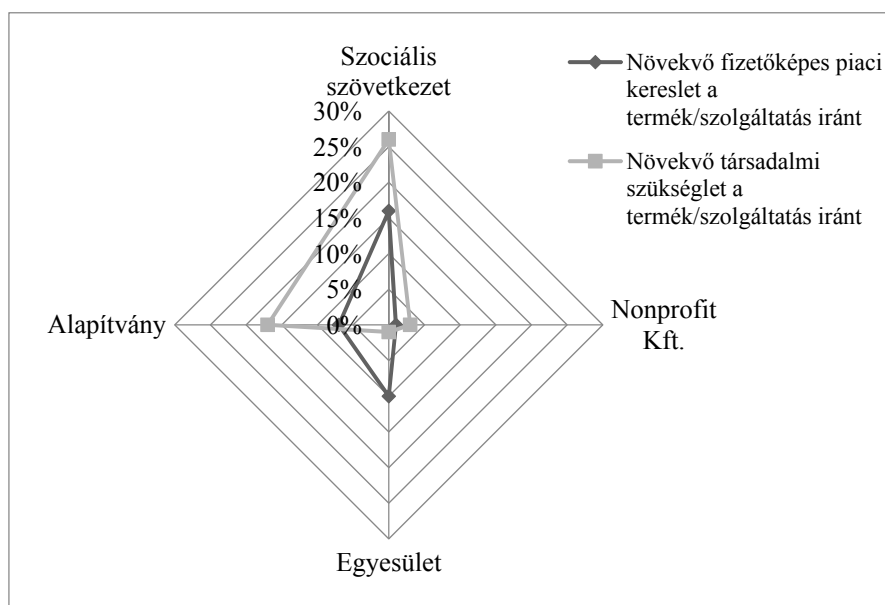
2. ábra: Az egyesületek és alapítványok piaci működésének sikeréhez fontos tényezők jelölési arányai

Forrás: G. Fekete et al., 2017 tanulmány adatgyűjtései

A 2. ábrán jól látszik, hogy a különböző szervezettípusokat képviselő válaszadók hasonlóan látták a nonprofit szféra társadalmi és politikai megítélésének javulásában rejlő lehetőségeket. Ami ezen változásokban rejlő lehetőségek jelentőségét illeti, abban már lényeges különbségeket találunk az egyes szervezeti formák között. A legnagyobb arányban a nonprofit Kft.-ék várnak pozitív hatást a területen zajló folyamatoktól, a legpesszimistábbak pedig a szociális szövetkezetek voltak e tekintetben.

Minden szervezettípus hasonlóan látta a nonprofit szféra társadalmi megítélésének javulásában rejlő lehetőségeket a politikai megítélés változásaihoz mérten. Ami a társadalmi és politikai megítélés változásában rejlő lehetőségek jelentőségét illeti, abban már lényeges különbségeket találunk az egyes szervezeti formák között. A legnagyobb arányban a nonprofit Kft.-ék várnak pozitív hatást a területen zajló folyamatoktól, a legpesszimistábbak pedig a szociális szövetkezetek voltak e tekintetben.

A 3. ábrán megjelenített eredmények alapján a termékeik vagy szolgáltatásaik iránt növekvő társadalmi jellegű szükséglet leginkább a szociális szövetkezetek és alapítványok szerint tartogat lehetőségeket, miközben a nonprofit Kft.-ék és egyesületek elenyésző része vár javulást a társadalmi igények növekedésétől. A fizetőképes piaci kereslet növekedését szintén a szociális szövetkezetek látják leginkább pozitív fejleménynek, az alapítványok tíz, az egyesületek hét százaléka ért ezzel egyet. A nonprofit Kft.-ék közül alig találhatunk optimistát ebben a vonatkozásban.



3. ábra: Az egyesületek és alapítványok piaci működésének sikeréhez fontos tényezők jelölési arányai

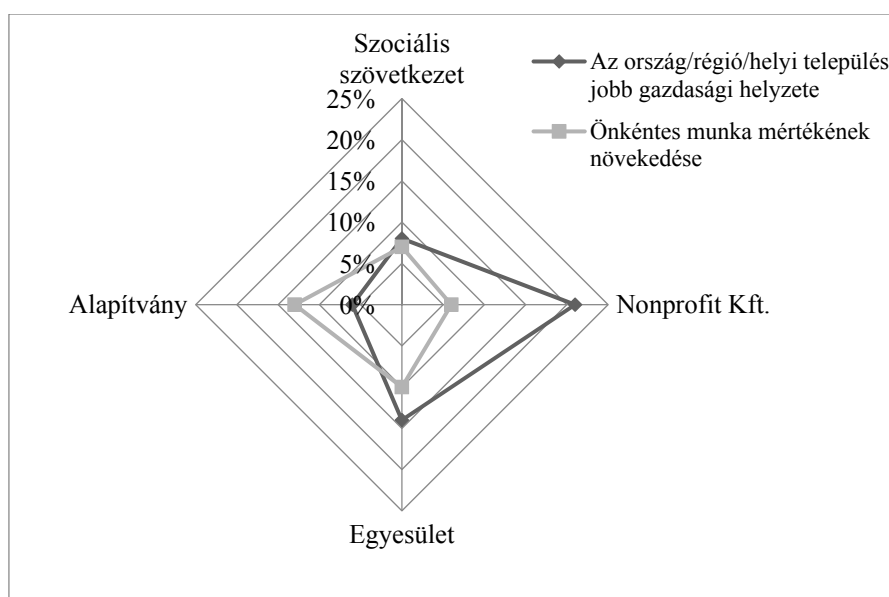
Forrás: G. Fekete et al., 2017 tanulmány adatgyűjtései

Azt láthatjuk tehát, hogy a társadalmi vállalkozások többsége nem lát vagy nem vár a piaci kereslet növekedésében pozitív fejleményeket, a piaci lehetőségek kihasználására pedig talán a szociális szövetkezeteknek lehet a legnagyobb esélye. Ezek az eredmények önmagukban nem okoznak meglepetéseket, az érdekesség inkább abban mutatkozik, hogy jelentős eltérés található a két üzleti orientáció szempontjából hasonlóan felépülő szervezeti forma, a szociális szövetkezetek és a nonprofit Kft.-ék között. Még a szociális szövetkezetek esetében a piaci kereslet változása a válaszokban legtöbbet jelölt külső lehetőség volt (26%-os jelölési aránnyal), addig a nonprofit Kft.-éknél csupán 3% gondolja lehetőségnak, ezzel a 8. helyen szerepel a jelölési arányok sorrendjében és ami fontosabb, hogy a vállalkozások 97%-a nem osztja a véleményt. A termékeik vagy szolgáltatásaik iránt növekvő társadalmi jellegű szükséglet leginkább a szociális szövetkezetek és alapítványok szerint tartogat lehetőségeket, miközben a nonprofit Kft.-ék és egyesületek elenyésző része vár javulást a társadalmi igények növekedésétől. A fizetőképes piaci kereslet növekedését szintén a szociális szövetkezetek látják leginkább pozitív fejleménynek, az alapítványok tíz, az egyesületek hét százaléka ért ezzel egyet. A nonprofit Kft.-ék közül alig találhatunk optimistát ebben a vonatkozásban. Azt láthatjuk tehát, hogy a társadalmi vállalkozások többsége nem lát vagy nem vár a piaci kereslet növekedésében pozitív fejleményeket, a piaci lehetőségek kihasználására pedig talán a szociális szövetkezeteknek lehet a legnagyobb esélye. Ezek az eredmények önmagukban nem okoznak meglepetéseket, az érdekesség inkább abban mutatkozik, hogy jelentős eltérés található a két üzleti orientáció szempontjából hasonlóan felépülő szervezeti forma, a szociális szövetkezetek és a nonprofit Kft.-ék között. Még a szociális szövetkezetek esetében a piaci kereslet változása a válaszokban legtöbbet jelölt külső lehetőség volt (26%-os jelölési aránnyal), addig a nonprofit Kft.-éknél csupán 3% gondolja lehetőségnak. A szempont ezzel a 8. helyen szerepel a nonprofit Kft.-ék jelölési arányainak sorrendjében és ami fontosabb, hogy a 3%-os jelölési arány azt jelenti, hogy ezen szervezetek 97%-a nem lát számára kedvező (üzleti) lehetőséget a jelenleg zajló piaci folyamatokban. Ebből a szempontból a szociális szövetkezetek megint csak életképesebbnek látszanak.

A 4. ábrán egy olyan tényezőpárra (az ország/régió/helyi település jobb gazdasági helyzete és az önkéntes munka mértékének növekedése) vonatkozó eredményeket mutatjuk be, melyek a

kiemelkedő tényezők utólagos csoportosítása folyamányaként nem kapcsolódnak egymáshoz közvetlenül olyan mértékig, mint ahogyan azt a fenti esetekben megszokhattuk.

Az eredmények alapján a kisebb vagy nagyobb régió gazdasági helyzetének javulásában leginkább a nonprofit Kft.-ék látnak lehetőséget. Ezután sorrendben az egyesületek, az alapítványok és a szociális szervezetek következnek. A nonprofit Kft.-ék és szociális szervezetek véleményei jelentősen eltértek abban a kérdésben, hogy a gazdasági helyzet feltételezett javulása segítheti-e a működésüket: a nonprofit Kft.-ék lényegesen optimistábban látják helyzetüket ebből a szempontból (21 százalékos jelölési arány a szociális szervezetek 4 százalékaival szemben). Az önkéntes munka növekedéséhez leginkább az alapítványok fűznek komolyabb reményeket.



4. ábra: Az egyesületek és alapítványok piaci működésének sikeréhez fontos tényezők jelölési arányai

Forrás: G. Fekete et al., 2017 tanulmány adatgyűjtései

4. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Egy olyan gazdasági-társadalmi környezetben, ahol a tipikusnak nevezhető jövedelmek emelkedése elmarad a gazdasági növekedés mértékétől, sőt, akár csökken is, a társadalom tagjainak lehetőségei ezért szűkülnek, és a lehetőségek egyenlősége kevésbé érvényesül, a társadalmi vállalkozások szerepe kulcsfontossá lehet. Megfelelő társadalmi innovációk lebonyolításával piaci kudarokat küszöbölhetnek ki, a kormányzatnál jobb megoldásokat kínálhatnak társadalmi problémák megoldására, és, ami a legfontosabb, hozzájárulhatnak a társadalmon belüli lehetőségbeli és jövedelmi különbségek csökkentéséhez.

Kulcsszerepük betöltésére akkor lehetnek alkalmasak a társadalmi vállalkozások, ha a lehetőségeik megítélésében e vállalatok vezetői nem látják gyökeresen eltérően a helyzetet, mint amit elméleti modellünkben felvázoltunk. E tekintetben vannak figyelmeztető jelek. A társadalmi vállalkozások többsége nem számít arra, hogy a termékei, szolgáltatásai iránt a közeljövőben növekszik a társadalmi igény vagy a fizetőképes piaci kereslet. Egész pontosan a többség ebben nem lát említésre méltó lehetőséget, ugyanakkor kivétel is akad, elsősorban a szociális szervezetek, másodsorban pedig az alapítványok körében. Márpedig ha ebben a többség nem lát lehetőséget, ez azt jelenti, hogy

társadalmi innovációs, fejlesztési törekvéseit sem elsősorban a társadalmi és piaci igények figyelembevételével kívánja megvalósítani.

Helyette olyan irányokba fordulhatnak a társadalmi vállalkozások, ahonnan a fennmaradásukhoz szükséges erőforrások biztosabb megszerzését remélhetik. Ilyen egyéb támogatók lehetnek a jótékony célra áldozó magánszemélyek, a kormányzat, ill. ennek egy speciális esete, az Európai Unió alapok. Szembetűnő, hogy a magánszemélyektől érkező jótékony célú támogatásokban egyedül az egyesületek látnak lehetőséget. Az alapítványok, és különösen a szociális szervezetek és a nonprofit kft-ék viszont főleg az Európai Unió forrásához fűznek nagy reményeket, még ez utóbbi cégforma esetén a politikai megítélés változása is lehetőségként jelenik meg. Vagyis a társadalmi innovációs ötleteket gyakran nem is a piacnak vagy a társadalomnak kell eladni. Pontosabban nem ebben lát lehetőséget a társadalmi vállalkozások többsége, hanem abban, hogy az Európai Unió támogatásokat elosztó szervezeteket, esetleg a kormányzatot győzi meg a projektjei támogatásának hasznosságáról. Mindezt kiegészíti az is, hogy a település/régió/ország jobb gazdasági helyzetét egyedül a nonprofit kft-ék élik meg lehetőségként, ami megint csak arra utal, hogy ezek a cégek nem elsősorban a társadalmi-piaci környezetük állapotában látják a saját sikerük kulcsát.

A kutatást az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 azonosító számú, Az intelligens, fenntartható és inkluzív társadalom fejlesztésének aspektusai: társadalmi, technológiai, innovációs hálózatok a foglalkoztatásban és a digitális gazdaságban című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap és Magyarország költségvetése társfinanszírozásában valósul meg.

IRODALOMJEGYZÉK

- Acemoglu, D - Robinson, J. A. (2012): *Why Nations Fail?* Crown Publishing Group, New York.
- Acemoglu, D., Johnson, S. – Robinson, J. (2004): Institutions as the Fundamental Cause of Long-run Growth. *NBER Working Paper* Nr. 10481
- Alvaredo, F., Chancel, L., Piketty, T., Saez, E. & Zucman, G. (2017): *World Inequality Report 2018*. World Inequality Lab, Párizs.
- Brynjolfsson, E. – McAfee, A. (2014): *The Second Machine Age: Work Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company, New York.
- G. Fekete É. - Bereczk Á. - Kádárné H. Á. - Kiss J. - Péter Zs. - Siposné N. E. - Szegedi K. (2017): „Alapkutatás a társadalmi vállalkozások működéséről.” Zárótanulmány az OFA
- Kis-Orloczki, M. (2019): *A körforgásos gazdaság és a társadalmi innováció kapcsolata*. In: Kőszegi I. (szerk.): III. Gazdálkodás és Menedzsment Konferencia, Versenyképesség és Innováció, Kecskemét, pp. 808-813.
- Lazányi Kornélia (2017): Innovation - the role of trust, *Serbian Journal of Management*, 12: (2) pp. 331-344.
- McCloskey, D. N. (2016): *Bourgeois Equality*. The University of Chicago Press, Chicago.
- Mulgan, G. - Tucker, S. - Ali, R. - Sanders, B. (2007): *Social Innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated*. Skoll Centre for Social Entrepreneurship, Oxford, United Kingdom.
- Nicholls, A. - Simon, J. - Gabriel, M. (2015): *Introduction: Dimensions of Social Innovation*. In: Nicholls, A., Simon, J. - Gabriel, M. (szerk): *New Frontiers in Social Innovation Research*. Palgrave Macmillan, New York.

- Nolan, B., Roser, M. - Thewissen, S. (2018): GDP Per Capita Versus Median Household Income: What Gives Rise to the Divergence Over Time and how does this Vary Across OECD Countries? *The Review of Income and Wealth*.
- North, D. C. - Wallis, J. J. - Weingast, B. R. (2009): Violence and the Rise of Open-Access Orders, *Journal of Democracy*, XX(1), pp. 55-68.
- OECD (2010): *SMEs, Entrepreneurship and Innovation*. OECD Studies on SMEs and Entrepreneurship.
- Országos Foglalkoztatási Közhasznú Nonprofit Kft. megbízásából, a GINOP - 5.1.2 - 15 - 2016 - 00001 „PiacTárs” kiemelt projekt keretében. Miskolci Egyetem, Miskolc.
- Piketty, T. (2014): *Capital in The Twenty-First Century*. The Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge, USA.
- Westley, F. - Antadze, N. (2010): Making a Difference: Strategies for Scaling Social Innovation for Greater Impact. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, XV(2), pp. 1–19.